

**Анотація.**

Пономарев А. С. Стратегический менеджмент субъектов агробизнеса в системе имплементации инновационно-инвестиционной модели экономического развития.

Обобщены существующие подходы к определению стратегии и ключевые характеристики исследуемого понятия, которые их отличают. Предложена усовершенствованная структура «стратегического набора» предприятия. Представлено уточненное определение стратегии инновационного развития предприятия. Предложены особенности стратегического управления инновационным процессом на уровне сельскохозяйственных предприятий. Представлено ранжирование научно-технических функций предприятий по типам инновационных стратегий. Осуществлено ранжирование крупнейших агрохолдингов в сельском хозяйстве Украины. Предложены и обоснованы основные стратегические альтернативы инновационного развития для сельскохозяйственных предприятий: наступательно-базовая стратегия, наступательно-интеграционная стратегия, оборонно-базовая стратегия, оборонно-интеграционная стратегия, зависимая, традиционная, оппортунистическая.

Ключевые слова: стратегия, «стратегический набор», стратегия инновационного развития, агрохолдинги.

**Аннотація.**

Ponomarev O. S. Strategic management of agrarian business entities in the system of implementation of the innovation and investment model of economic development.

The existing approaches to the definition of strategy and the key characteristics of the concept under investigation are generalized, which distinguish them. The improved structure of the "strategic set" of the enterprise is proposed. The updated definition of the strategy of innovative development of the enterprise is presented. The features of strategic management of the innovation process at the level of agricultural enterprises are proposed. The ranking of scientific and technical functions of enterprises on the types of innovative strategies is presented. The ranking of the largest agroholdings in the agricultural sector of Ukraine has been carried out. The main strategic alternatives of innovative development for agricultural enterprises are proposed and substantiated: offensive-base strategy, offensive integration strategy, defense-base strategy, defense-integration strategy, dependent, traditional, opportunistic.

Keywords: strategy, "strategic set", strategy of innovative development, agroholdings.

Стаття надійшла до редакції 01.03.2018 р.

**Бібліографічний опис статті:**

Пономарьов О. С. Стратегічний менеджмент суб'єктів агробізнесу в системі імплементації інноваційно-інвестиційної моделі економічного розвитку / О. С. Пономарьов // Актуальні проблеми інноваційної економіки. – 2018. – № 2. – С. 28-40.

Ponomarev O. S. (2018). Strategic management of agrarian business entities in the system of implementation of the innovation and investment model of economic development. Actual problems of innovative economy, No 2, pp. 28-40.

УДК 332.012

ОРЕЛ В. М., доктор економічних наук, доцент,  
Харківський національний технічний університет  
сільського господарства імені Петра Василенка

МАКОДА С. Л., к.е.н.,  
Національний університет біоресурсів і природокористування України

ХАНЬ СІНЬМЕНЬ, аспірант,  
Харківський національний технічний університет  
сільського господарства імені Петра Василенка

**ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ  
ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Орел В. М., Макода С. Л., Хань Сіньмень. Організаційно-економічний механізм управління розвитком експортного потенціалу аграрних підприємств.

Запропоновано організаційно-економічний механізм формування експортного потенціалу аграрних підприємств, який включає виробничу, комерційну, маркетингову, логістичну та інтеграційну складові та знаходиться під впливом факторів внутрішнього та зовнішнього середовища. Розроблено структуру каналів ринкового розподілу продукції аграрних підприємств. Здійснено аналіз економічних результатів діяльності аграрних підприємств виробників зерна пшениці та запропоновано механізм управління розвитком експортного потенціалу аграрних підприємств.

**Ключові слова:** експортний потенціал аграрних підприємств, ринковий розподіл сільськогосподарської продукції, механізм управління розвитком експортного потенціалу, стратегія управління експортним потенціалом.

**Постановка проблеми у загальному  
вигляді.** Перспективний розгляд еволюції

наукових поглядів на сутність потенціалу, як  
економічної категорії, дозволив

ідентифікувати його як сукупність можливостей суб'єкта економічних відносин, в нашому випадку – аграрного підприємства, щодо досягнення певних цілей та отримання необхідних результатів в процесі здійснення дій та зрушень організаційно-управлінського, виробничого, комерційного, фінансового та іншого характеру. В свою чергу, експортний потенціал аграрного підприємства необхідно розглядати в якості сукупності можливостей щодо ефективного виробництва та успішної реалізації продукції, яка затребувана на зарубіжних ринках збуту. В сучасних умовах до таких видів продукції відноситься лише сільськогосподарська сировина рослинного походження та дуже обмежений перелік продуктів переробки, передусім, рослинна олія тощо.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання здійснення зовнішньоекономічної діяльності з сільськогосподарською продукцією, залучення аграрних підприємств до участі в експортних операціях, просуванні продукції вітчизняних сільськогосподарських товаровиробників на зарубіжні ринки, забезпечення її конкурентоспроможності на цих ринках, формування та реалізації експортного потенціалу аграрних підприємств розглядали в своїх наукових працях В. Гець, І. Гришова, В. Губенко, В. Зянько, С. Кваща, Л. Мармуль, О. Школьнік та інші [1-7]

**Формулювання цілей статті.** Мета дослідження полягає в обґрунтуванні структури організаційно-економічного механізму управління розвитком експортного потенціалу аграрних підприємств.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Структура систем ринкового розподілу сільськогосподарської продукції на внутрішньому ринку, особливості фінансування зовнішньоекономічних операцій зі вказаними товарами, архітектура логістичних систем фактично усуває вітчизняні аграрні підприємства від участі в експортній діяльності та, відповідно, отриманні доходів від неї на рівні, який перевищує ефекти, що отримуються всередині країни. Об'єктивною причиною такого становища є невирішеність проблеми зберігання сільськогосподарської продукції в аграрних підприємствах, неможливість формування ними комерційно значимих товарних партій, олігопсонічний характер

конкуренції на ринку продукції аграрних підприємств. Тим не менше, саме експорт сільськогосподарської продукції зробив аграрний сектор національної економіки однією з її основних бюджетоутворюючих складових, функціонування якої нажалі не повною мірою враховує економічні інтереси аграрних підприємств, які, власне, є основним суб'єктом створення експортно-орієнтованої продукції. Таким чином, за існуючої структури реалізації економічних інтересів учасників ринку сільськогосподарської продукції, призначеної для експорту, експортний потенціал аграрних підприємств виступає лише в якості елемента сукупних потенціалів учасників каналу товаророзподілу або групи операторів ринку, які постачають конкретну продукцію на визначені зарубіжні ринки.

Слід вказати на наступні особливості формування експортного потенціалу. По-перше, цей процес притаманний економічним суб'єктам всіх рівнів, а реалізується даний потенціал через розвиток зовнішньої торгівлі, в нашому випадку експорту визначених видів продукції. По-друге, формування експортного потенціалу об'єктивно пов'язано з рівнем конкурентоспроможності товарів, які призначені для реалізації на зарубіжних ринках. Отже, існує тісний взаємозв'язок між підвищенням рівня конкурентоспроможності вітчизняних товарів на міжнародних ринках та ефективним розвитком експортного потенціалу підприємств-товаровиробників.

Заходи з формування експортного потенціалу аграрних підприємств також доцільно розглядати в якості цілісної системи створення конкурентних переваг та орієнтації продукції на зарубіжних споживачів, не дивлячись на наявність низки посередників між підприємством-товаровиробником та цими споживачами. При цьому результати реалізації експортного потенціалу аграрних підприємств формуються та привласнюються не аграрними підприємствами, а суб'єктами сфери обігу продукції та підприємствами-експортерами.

Обґрунтовано концептуальний підхід щодо побудови організаційно-економічного механізму формування експортного потенціалу аграрних підприємств (рис. 1).

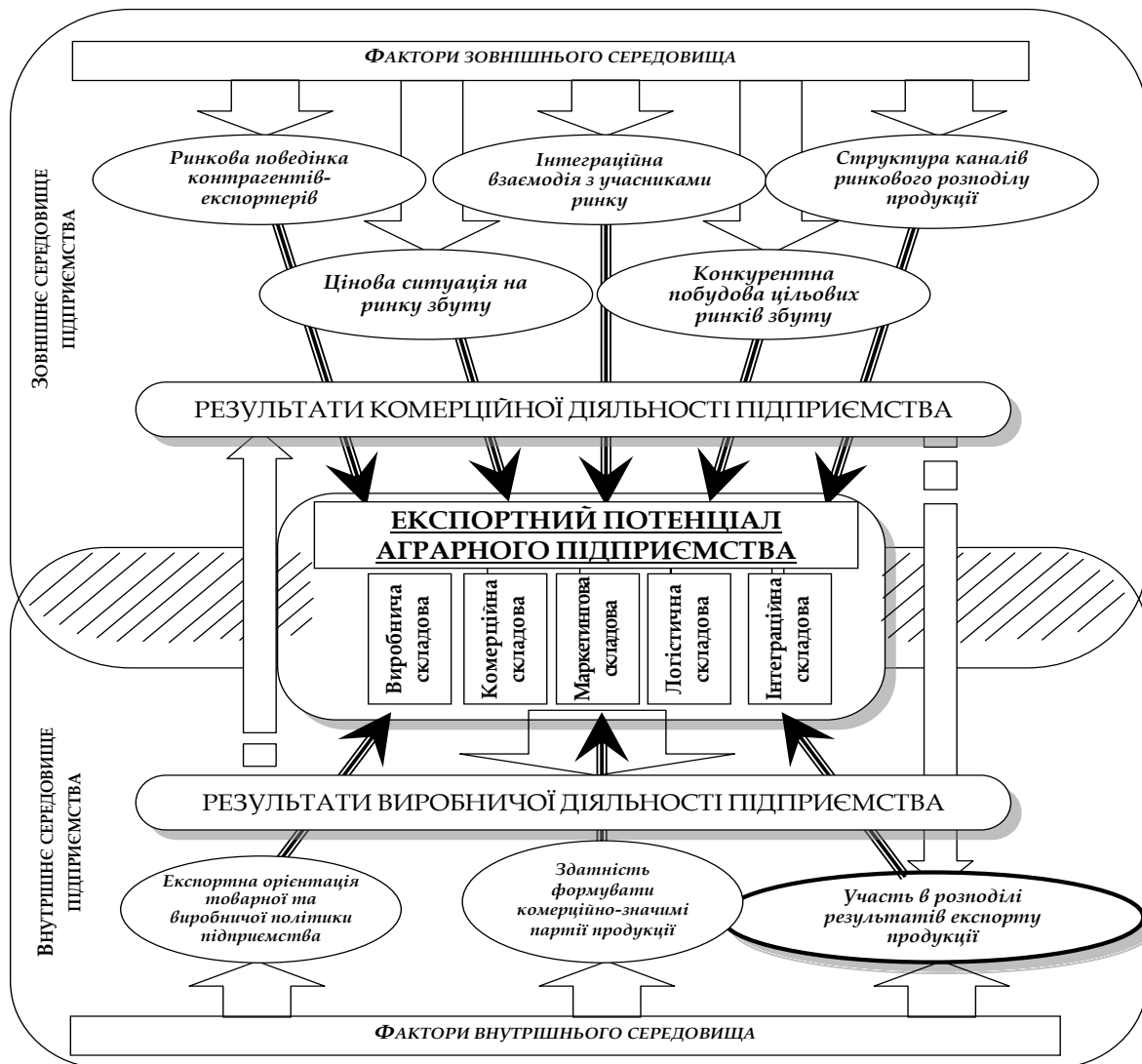


Рис. 1. Організаційно-економічний механізм формування експортного потенціалу аграрних підприємств

Основною умовою його реалізації з огляду на структурні характеристики вітчизняного аграрного виробництва є поступове входження аграрних підприємств до складу інтегрованих структур аграрного бізнесу або розвиток інтеграційної взаємодії з суб'єктами сфери обігу сільськогосподарської продукції, орієнтованої на експорт. Вказаний механізм передбачає гармонізацію економічних інтересів аграрного підприємства з контрагентами-учасниками ринку сільськогосподарської продукції, які здійснюють операції з обслуговування функціонування каналу ринкового розподілу експортно-орієнтованої продукції. В свою чергу, в якості критерію гармонізації вбачається здійснення всіма учасниками господарського ланцюгу розширеного відтворення авансованого капіталу.

Експортний потенціал аграрного

підприємства в контурах обґрунтованої концепції складається з виробничої, комерційної, маркетингової, логістичної та інтеграційної компонент. При цьому ключове значення має застосування підприємствами інструментів маркетингового менеджменту, зокрема, в дотриманні вимог щодо безпечності та якості продукції, яка призначена для подальшого експорту. Серед складових експортного потенціалу пріоритетними в даному контексті є виробнича, маркетингова, збутова та інтеграційна, адже саме їх системна взаємодія дозволяє гармонізувати економічні інтереси аграрного підприємства та суб'єктів сфери обігу, які здійснюють експортні операції з сільськогосподарською продукцією. Основним інструментом збалансування економічних інтересів контрагентів в даному контексті є формування та реалізація

цінових конкурентних переваг при збереженні якості продукції та обсягів її постачання за рахунок корегуючи втручань в організацію процесів виробництва.

Економічну оцінку експортного потенціалу, як показали дослідження, доцільно здійснювати на основі застосування розрахунково-конструктивних методів у поєднанні з методами порівнянь та співставлень. При цьому базою порівняння мають виступати розрахункові дані щодо можливих обсягів доходів або при самостійному здійсненні експортних операцій з виробленою продукцією, або при безпосередній співпраці з підприємствами-експортерами. В свою чергу, наблизитися до досягнення вказаних розрахункових значень на практиці аграрні підприємства можуть лише за рахунок створення стійких цінових конкурентних переваг своєї продукції за умови розвитку раціональної інтеграційної взаємодії з суб'єктами сфери обігу. Україна має значні можливості експорту сільськогосподарської продукції. Вже в даний час суб'єкти аграрного сектора національної економіки забезпечують майже третину товарного експорту країни. При створенні належних умов відтворення українська земля може нагодувати 145-150 млн. осіб, а експорт сільськогосподарської продукції дорівнювати 16-18 млрд. дол.

Експортний потенціал аграрних підприємств повною мірою може бути реалізований або за умови самостійного виконання зовнішньоторговельних операцій з іноземними контрагентами, що унеможлиблюється конкурентною побудовою ринків, структурою систем ринкового розподілу продукцію та низьким рівнем ринкової влади аграрних підприємств, або за рахунок безпосередньої співпраці аграрних підприємств з експортерами сільськогосподарської продукції, що також не є типовим для вітчизняного ринку. За таких умов аграрні підприємства змушені використовувати при здійсненні виробничо-збутової діяльності довгі канали ринкового розподілу своєї продукції, співпрацюючи з посередниками нижчих рівнів маркетингової інфраструктури ринку сільськогосподарської продукції (рис. 2).

Проілюстрована структура каналів ринкового розподілу продукції від виробника до експортера створює виклики

для пошуку шляхів розвитку вертикальної інтеграції з суб'єктами маркетингової інфраструктури, які відносяться до сфери обігу. При цьому найбільш раціональним варіантом є інтеграція підприємств-виробників сільськогосподарської продукції з безпосередніми експортерами. Втім, такий розвиток подій ускладнюється структурною побудовою каналів ринкового розподілу продукції.

Тому найчастіше аграрні підприємства-виробники експортно-орієнтованої продукції інтегруються до складу об'єднань вертикального типу, що включають кілька посередників, зокрема, підприємства сфери зберігання продукції, що дозволяє акумулювати комерційно-значимі товарні партії для наступного здійснення з ними експортних операцій. На користь ідентифікованого напряму розвитку експортного потенціалу свідчать, зокрема, дослідження економічних результатів діяльності аграрних підприємств-виробників зерна пшениці (табл. 1).

Розрахунки показали, що обсяги недоотримання виручки від реалізації продукції обстеженими 17-ма підприємствами складає 15,5 млн грн лише в 2016 році, до речі за сприятливої цінової кон'юнктури внутрішнього та зовнішніх ринків збуту. Вказаний обсяг відповідає 49 % отриманого доходу від даного виду діяльності, а з урахуванням торговельної націнки підприємства експортера, дохід підприємства-товаровиробника складає менше третини виручки експортера. При цьому розмір авансованого капіталу в сфері виробництва значно перевищує його розміри в сфері обігу сільськогосподарської продукції. До того ж останнім часом загострилися проблеми еквівалентності обміну сільськогосподарської продукції та ресурсів виробничої діяльності підприємств-товаровиробників. Така ситуація не може розглядатися як нормальна з огляду на необхідність вирішення завдань забезпечення розширеного типу відтворення та стабілізації розвитку, що стоять перед вітчизняними аграрними підприємствами. Поряд з об'єктивними обставинами, що спричиняють визначене становище, необхідно вказати на суттєву недосконалість регуляторної політики держави в сфері експорту вітчизняної сільськогосподарської продукції.

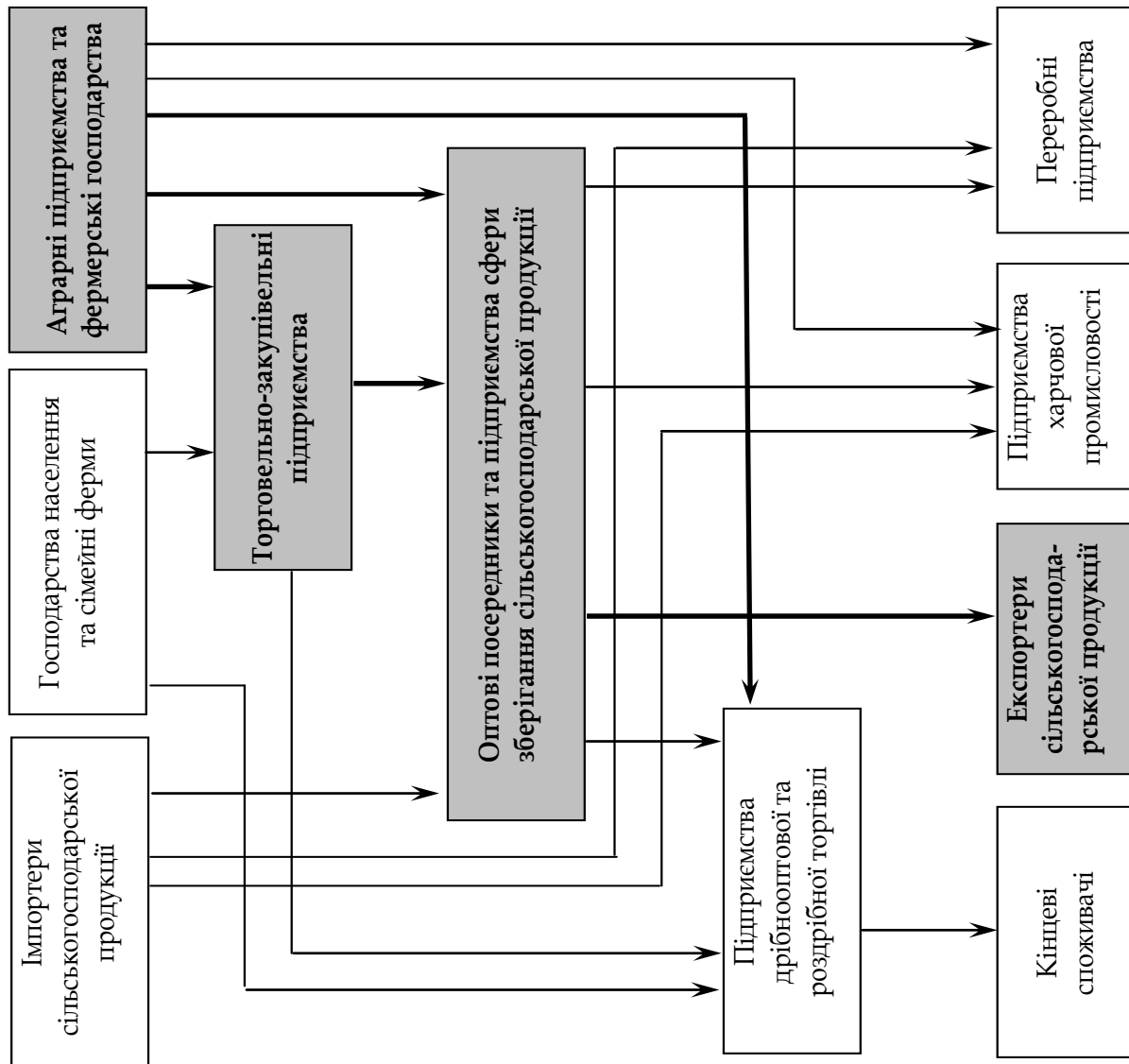


Рис. 2. Структура каналів ринкового розподілу продукції аграрних підприємств

В дослідженні обґрунтовано напрями інституційного впливу на розвиток експортного потенціалу аграрних підприємств в умовах зростання цін на ресурси сільськогосподарського виробництва на основі визначення параметрів фінансової підтримки виробництва експортно-орієнтованої продукції, а також систематизації адаптаційних заходів підприємств та об'єднань до вимог тарифного та нетарифного регулювання зовнішньоекономічних операцій з сільськогосподарською продукцією, що набуває виключного значення в умовах пригніченості економічних інтересів аграрних підприємств, нестабільності тарифного регулювання та відсутності цілісності та системності заходів державної підтримки. Реалізація експортного потенціалу аграрних підприємств

передбачає підвищення економічної ефективності виробництва та реалізації ними продукції, яка спрямовується на експорт. Вказана продукція має бути затребувана споживачами на зарубіжних ринках. Дослідження показали, що вітчизняні аграрні підприємства та вертикально-інтегровані об'єднання, до складу яких вони входять в процесі розвитку свого експортного потенціалу, отримують здатність підвищувати конкурентоспроможність на зовнішніх ринках лише за умови дієвого управління якістю продукції та провадження раціональної маркетингової діяльності. Системний підхід у механізмі формування комплексу експортно-орієнтованого маркетингу продукції аграрних підприємств полягає у виконанні та поєднанні всіх видів діяльності, які супроводжують продукцію в процесі її ринкового розподілу.

Обсяг недоотримання дослідженими аграрними підприємствами Харківської області виручки від реалізації зерна озимої пшениці у 2016 р.

Найменування підприємства	Обсяг продукції, т	Ціна реалізації 1 т, грн	Виручка від реалізації, тис. грн.	Середньорічна ціна закупки експортерами, грн/т	Можливий обсяг виручки, тис. грн	Відхилення фактичного обсягу від можливого, тис. грн	Обсяг недоотримання або надлишку виручки в розрахунку на 1 т продукції, грн.	
ФГ "Альфа"	3030,20	2012,41	6098,00	2890	8757,28	-2659,28	-1321,44	
СТОВ "Перше травня"	1951,80	1579,06	3082,00		5640,70	-2558,70	-1620,40	
ТОВ "Сінтал Агро Трейд"	1646,00	1805,10	2971,20		4756,94	-1785,74	-989,27	
ЗАТ "А/Ф ім. Сковороди"	1521,80	2033,71	3094,90		4398,00	-1303,10	-640,75	
ЗАТ Золочівське ХПП	1426,10	2457,40	3504,50		4121,43	-616,93	-251,05	
ТОВ А/Ф "Басово"	1240,40	1961,14	2432,60		3584,76	-1152,16	-587,49	
СВК ім.Фрунзе	1030,20	1651,43	1701,30		2977,28	-1275,98	-772,65	
СТОВ "Довжик"	1029,60	1927,06	1984,10		2975,54	-991,44	-514,49	
СТОВ "Відродження"	826,00	1830,27	1511,80		2387,14	-875,34	-478,26	
ПСП "Патріот"	702,20	2233,69	1568,50		2029,36	-460,86	-206,32	
ТОВ "Золочівське"	538,50	2061,47	1110,10		1556,27	-446,17	-216,43	
СТОВ "Петрівське"	417,30	1811,89	756,10		1206,00	-449,90	-248,30	
ТОВ "Козачанське"	309,30	2049,14	633,80		893,88	-260,08	-126,92	
СТОВ "Пролетарій Харківщини"	228,20	1293,16	295,10		659,50	-364,40	-281,79	
ПСП "Вікторія"	228,00	2028,95	462,60		658,92	-196,32	-96,76	
СТОВ "Прогрес"	120,00	2319,17	278,30		346,80	-68,50	-29,54	
ПСП "А/Ф "Слобожанська"	19,00	2510,53	47,70		54,91	-7,21	-2,87	
Разом (в середньому) по району	16264,60	1938,73	31532,60		×	47004,69	-15472,09	-951,27

Слід зазначити, що у концепції маркетингу товар розглядається, в першу чергу, як засіб задоволення запитів та потреб споживачів. Тому маркетингова діяльність починається з вивчення та проведення аналізу існуючого рівня конкурентоспроможності продукції та її якостю, з одного боку, та рівнем цін з іншого. Якщо отримані результати даного аналізу використовуються в системі виробничого управління, то це означає, що маркетингова діяльність ввійшла до обґрунтування й прийняття управлінських рішень не лише стосовно процесів реалізації продукції, а й, загалом, щодо доцільності її виробництва.

В дослідженні формалізовано механізм управління розвитком експортного потенціалу аграрних підприємств у спосіб, представлений на рис. 3. Практика сучасного експортно-орієнтованого підприємства повинна передбачати розробку стратегій зростання експортних можливостей. Розвиток експортного потенціалу аграрних підприємств має здійснюватися по всіх його складових, що є базовою вимогою при формуванні стратегії

розвитку. Встановлено, що основними їх групами є цінові, якісні, виробничі, логістичні, інтеграційні та соціальні. Дослідження показали, що пріоритетними в даному контексті є виробнича, маркетингова, збутова та інтеграційна складові експортного потенціалу, які знаходяться під дією виділених факторів. Їх системна взаємодія дозволяє гармонізувати економічні інтереси аграрного підприємства та суб'єктів сфери обігу, які здійснюють експортні операції з сільськогосподарською продукцією. Оскільки експортна діяльність є одним з бізнес-процесів підприємства, функції управління експортним потенціалом виступають частиною функцій управління підприємством. Ці функції мають бути узгоджені з місією, цілями і завданнями, поставленими власником або менеджерами в рамках розробленої стратегії діяльності аграрного підприємства на цільових ринках збуто продукції.

**Висновки.** Системі загальних функцій управління експортним потенціалом підприємства повинні бути підпорядковані безліч конкретних функцій.

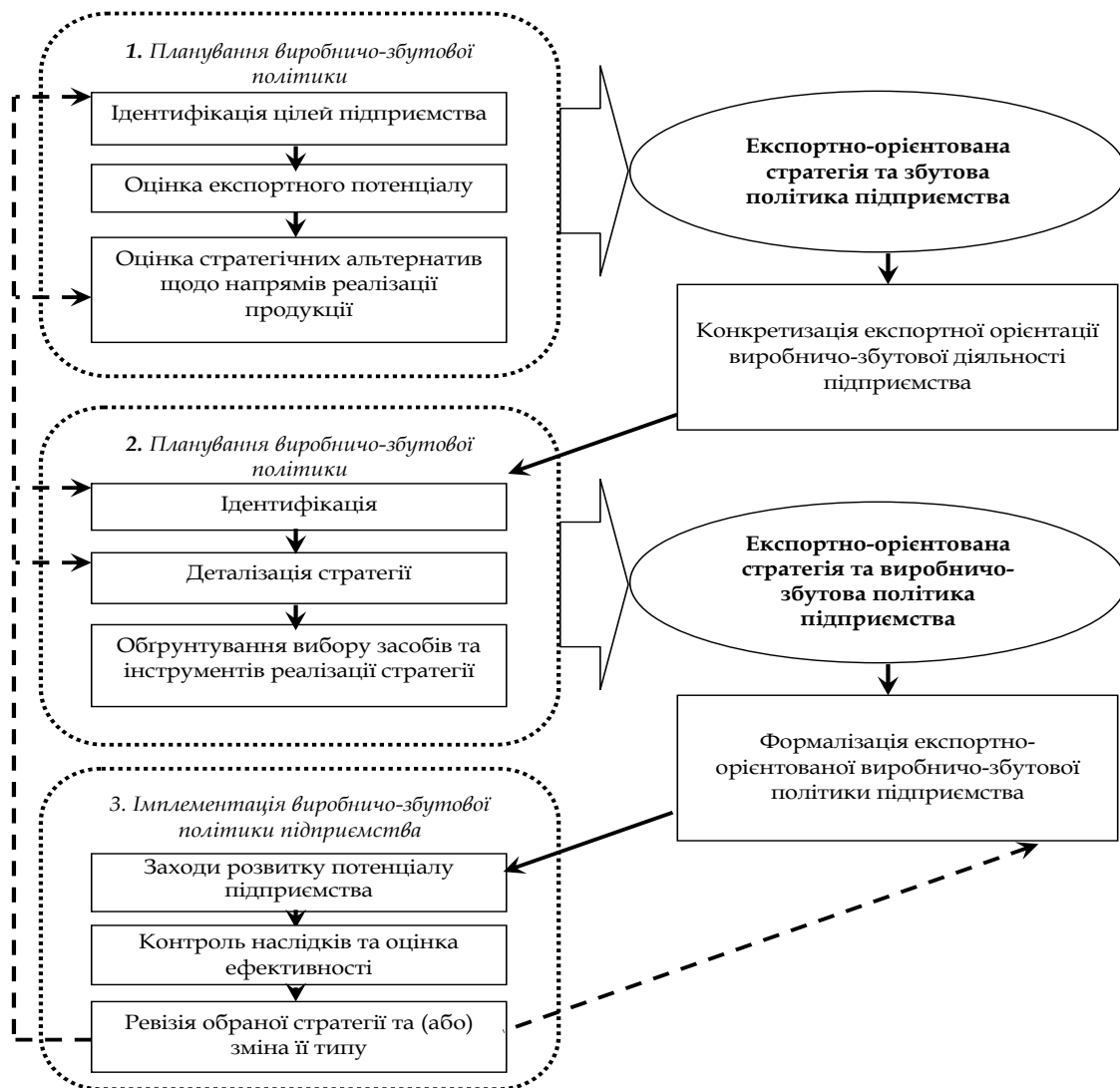


Рис. 3. Механізм управління розвитком експортного потенціалу аграрних підприємств

Це обумовлено складністю і специфікою здійснення зовнішнь-економічної діяльності. У конкретних функціях управління проявляються специфічні особливості реалізації системи управління функціональними та продуктивними напрямками діяльності підприємства, яке виробляє експортно-орієнтовану продукцію. Процес розробки стратегії управління та розвитку експортного

потенціалу є частиною процесу реалізації цих функцій, що забезпечує її обґрунтованість, повноту і можливість реалізації. При цьому зміст стратегії управління експортним потенціалом включає вибір значень параметрів його діяльності, що визначають ступінь безпосередньої чи опосередкованої присутності підприємства на різних ринках з урахуванням можливих обмежень і можливостей його реалізації.

#### Література.

1. Гришова І. Ю. Державна підтримка регіональних програм інноваційного розвитку [Електронний ресурс] / І. Ю. Гришова, В. А. Замлинський, В. В. Кужель // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2013. – № 2. – С. 201–206.
2. Гець В. М. Нестабільність та економічне зростання / В. М. Гець – К.: Ін-т екон. прогнозів НАН України, 2000. – 342 с.
3. Губенко В. Реалізація експортного потенціалу АПК України в умовах глобалізації світової економіки / В. Губенко // Економіка АПК. – 2003. – № 10. – С. 124–129.
4. Зянько В. Глобалізація та інноваційний процес: їхній взаємовплив / В. Зянько // Економіка України. – 2006. – №2. – С. 84–89.

5. *Кваша С. М.* Вплив світової фінансової кризи на розвиток аграрного сектору вітчизняної економіки / *С. М. Кваша* // Економіка АПК. – 2009. – №5. – С. 3-9.
6. *Мармуть Л. О.* Державне регулювання інвестиційної діяльності переробних підприємств агропромислового комплексу / *Л. О. Мармуть, І. В. Коваленко* // Економіка АПК. – 2008. – №12. – С. 62-69.
7. *Школьній О. О.* Сприяння експорту агропродовольчої продукції в умовах глобалізації / *О. О. Школьній* // Зб. наук. пр. Уманського державного аграрного університету. – Умань, 2009. – Вип.70. – Ч. 2. – С. 7-13.

**References.**

1. *Gryshova I. Yu., Zamlyns'kyj V. A., Kuzhel' V. V.* (2013). Derzhavna pidtrymka regional'nykh program innovatsijnogo rozvytku [State support for regional development of innovative programs]. Ekonomika: realiyi chasu. Naukovy'j zhurnal, № 2, P. 201-206 [in Ukrainian].
  2. *Geyec' V. M.* (2000). Nestabilnist' ta ekonomichne zrostantnya [Instability and economic growth]. K.: In-t ekon. prognosiv NAN Ukrayiny, 342 p. [in Ukrainian].
  3. *Gubenko V.* (2003). Realizaciya eksportnogo potencialu APK Ukrayiny v umovax globalizaciyi svitovoyi ekonomiky [Realization of export potential of agriculture of Ukraine in conditions of globalization of world economy]. Ekonomika APK, №10, P. 124-129 [in Ukrainian].
  4. *Zyan'ko V.* (2006). Globalizaciya ta innovacijny'j proces: yixnij vzayemovplyv [Globalization and innovation process: their mutual influence]. Ekonomika Ukrayiny - Economy of Ukraine, №2, P. 84-89 [in Ukrainian].
  5. *Kvasha S. M.* (2009). Vplyv svitovoyi finansovoyi kryzy na rozvytok agrarnogo sektoru vitchyznanyoi ekonomiky [The impact of the global financial crisis on the agricultural sector of the national economy]. Ekonomika APK, №5, P. 3-9 [in Ukrainian].
  6. *Marmul' L. O., Kovalenko I. V.* (2008). Derzhavne reguluvannya investytsijnoyi diyalnosti pererobnykh pidpryemstv agropromy slovogo kompleksu [State regulation of investment activity of processing enterprises of the agro-industrial complex]. Ekonomika APK, №12, P. 62-69 [in Ukrainian].
  7. *Shkol'nyj O. O.* (2009). Spryannya eksportu agroprodovol'choyi produkciyi v umovax globalizaciyi [Promoting the export of agro-food products in a globalizing environment]. Zb. nauk. pr. Umans'kogo derzhavnogo agrarnogo universytetu, Uman', № 70, P. 7-13. [in Ukrainian].
- 

**Аннотация.**

**Орел В. М., Макода С. Л., Хань Синьмень.** Организационно-экономический механизм управления развитием экспортного потенциала аграрных предприятий.

Предложен организационно-экономический механизм формирования экспортного потенциала аграрных предприятий, включающий производственную, коммерческую, маркетинговую, логистическую и интеграционную составляющие, который находится под влиянием факторов внутренней и внешней среды. Разработана структура каналов рыночного распределения продукции аграрных предприятий. Осуществлен анализ экономических результатов деятельности аграрных предприятий-производителей зерна пшеницы и предложен механизм управления развитием экспортного потенциала аграрных предприятий.

**Ключевые слова:** экспортный потенциал аграрных предприятий, рыночное распределение сельскохозяйственной продукции, механизм управления развитием экспортного потенциала, стратегия управления экспортным потенциалом.

**Abstract.**

**Orel V. M., Makoda S. L., Chan Sinmen.** Organizational and economic mechanism for managing the development of export potential of agrarian enterprises.

The organizational and economic mechanism of forming export potential of agrarian enterprises is proposed, which includes production, commercial, marketing, logistics and integration components and is under the influence of factors of internal and external environment. The structure of channels of market distribution of products of agrarian enterprises is developed. The analysis of economic results of agrarian enterprises of wheat grain producers has been analyzed and the mechanism of management of development of export potential of agrarian enterprises is proposed.

**Key words:** export potential of agrarian enterprises, market distribution of agricultural products, mechanism of management of development of export potential, strategy of management of export potential.

---

Стаття надійшла до редакції 14.03.2018 р.

**Бібліографічний опис статті:**

Орел В. М. Організаційно-економічний механізм управління розвитком экспортного потенціалу аграрних підприємств / В. М. Орел, С. Л. Макода, Синьмень Хань // Актуальні проблеми інноваційної економіки. – 2018. – № 2. – С. 40-47.

Orel V. M., Makoda S. L., Chan Sinmen (2018) Organizational and economic mechanism for managing the development of export potential of agrarian enterprises. Actual problems of innovative economy, No 2, pp. 40-47.

